

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Začátky podnikání malé společnosti a její předpokládaný vývoj

A Small Sized Company Business Start and its Assumed Course

Student: René Horák

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marie Mikušová, PhD.

Ostrava 2013

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student:

René Horák

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

6208R037 Management

Téma:

Začátky podnikání malé společnosti a její předpokládaný vývoj
A Small Sized Company Business Start and its Assumed Course

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska malého podnikání v evropském prostředí
3. Založení společnosti s věcnou a časovou návazností jednotlivých kroků
4. Podnikatelský plán zakládané společnosti
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
SYNEK, Miloslav et al. *Manažerská ekonomika*. 5. akt. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.
VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. akt. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

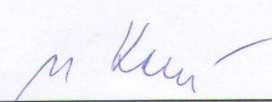
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013




Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně. Přílohy č. 1-9, dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnil“.

| | |
|--|----|
| Úvod..... | 5 |
| 1. Teoretická východiska malého podnikání v evropském prostředí | 6 |
| 1.1. Podnikání | 6 |
| 1.2. Podnikatel | 6 |
| 1.3. Riziko..... | 7 |
| 1.4. Podnik..... | 8 |
| 1.5. Malé a střední podniky | 8 |
| 1.6. Podnikatelský plán..... | 14 |
| 1.7. Právní formy podnikání | 17 |
| 1.8. Společnost s ručením omezeným | 19 |
| 2. Založení společnosti s věcnou a časovou návazností jednotlivých kroků | 22 |
| 2.1. Kroky před založením společnosti | 22 |
| 2.2. Založení společnosti | 22 |
| 3. Praktická část..... | 25 |
| 3.1. Přehled | 26 |
| 3.2. Popis podnikatelské činnosti | 26 |
| 3.3. Právní forma podniku | 27 |
| 3.4. Cíle podniku | 28 |
| 3.5. Umístění provozovny | 28 |
| 3.6. Konkurence..... | 29 |
| 3.7. Popis produktů..... | 30 |
| 3.8. Cenová politika..... | 30 |
| 3.9. Zákazníci | 31 |
| 3.10. Reklama a komunikace se zákazníky | 31 |
| 3.11. Personální zajištění a pracovní doba..... | 32 |
| 3.12. SWOT analýza | 34 |
| 3.13. Finanční plán..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 3.13.2. Kalkulace příjmů..... | 39 |
| 3.13.3. Počáteční rozvaha | 40 |
| 3.13.4. Výkaz Cash-flow | 41 |
| 3.13.5. Konečná rozvaha..... | 42 |
| Závěr..... | 43 |
| Použité zdroje | 44 |
| Použité zkratky | 46 |
| Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce | 47 |
| Seznam příloh..... | 48 |

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá založením malého podniku, společnosti s ručením omezeným. Proč právě takovéto téma? Autor, jako student ekonomické fakulty, při studiu získal mnoho teoretických poznatků o zakládání i řízení a všeobecném fungování podniků. Téma této práce se jeví jako vhodný způsob, jak výše zmíněné poznatky přenést do praxe. Přestože je zakládáný podnik fiktivní, většina postupů je stejná, jako kdybychom zakládali podnik reálně.

Dalším důvodem je, že malé a střední firmy tvoří naprostou většinu všech společností fungujících v České republice. Je tedy velká pravděpodobnost, že autor bude po studiích hledat zaměstnání u takovýchto firem nebo dokonce začne podnikat sám. Tudiž je vhodná každá zkušenost se zakládáním společností a vypracováváním podnikatelských plánů (byť zatím "nanečisto").

Hlavním cílem této práce je vypracovat podnikatelský plán nově vznikající společnosti a na základě něj tuto společnost (fiktivně) založit. Důraz bude kladen na věcnou a časovou návaznost jednotlivých kroků nutných při zakládání společnosti.

Práce je rozdělena do tří částí. V první části jsou popsána teoretická východiska malého podnikání. Je zde uveden přehled a vymezení základních pojmů, teorie týkající se podnikatelského plánu a problematiky související se společností s ručením omezeným a ostatních právních forem. Poté proběhne analýza a srovnání a na základě toho vyvstane rozhodnutí o volbě s.r.o. V druhé části je popsána věcná a časová návaznost podnikaných kroků při zakládání společnosti Domácí pivovar Havíř s.r.o. V poslední, třetí části se po syntéze teoretických poznatků budeme věnovat praktické aplikaci v podobě sestavení podnikatelského plánu.

Po uvedených třech částech práce následuje závěr, kde bude vyhodnoceno splnění cíle a náročnost založení malého podniku.

V teoretické části bude velmi často citován obchodní zákoník, ve kterém nalezneme definice pojmů týkajících se podnikání. Co se dalších pramenů týče, bude využita odborná literatura zabývající podnikáním, ekonomikou podniku a webové články orgánů evropské unie a podobně.

1. Teoretická východiska malého podnikání v evropském prostředí

Pro lepší pochopení, si dříve než se začneme zabývat samotnou problematikou založení malého podniku, uvedeme několik pojmů a jejich stručnou charakteristiku.

1.1. Podnikání

Jednoznačně definovat pojem podnikání není jednoduché. V současné době neexistuje jednotná definice podnikání (Srpová, 2010). V obchodním zákoníku (§2) je podnikání definováno jako *"soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku."*

Dle Srpové se stále více autorů přiklání ke koncepci třech základních pojetí podnikání:

- **Podnikání jako proces**, jehož podstatou je vytvoření přidané hodnoty,
- **Podnikání jako přístup**, jehož smyslem je chování se "podnikavě"
- **Podnikání jako hodnotová orientace** představuje strukturu hodnot a postojů, díky nimž se podnikatel chová podnikavě (Srpová, 2010).

1.2. Podnikatel

Vymezení pojmu podnikatel nalezneme v literatuře více. Liší se pohledem, jakým na podnikatele nahlízejí. Pro náš výklad jsme vybrali definice dle Obchodního zákoníku a definici Vladimíra Vojíka. V první řadě uvedeme definici z obchodního zákoníku (§2). *"Podnikatelem podle tohoto zákona je:*

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,*
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,*
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,*
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu."*

Kromě těchto podmínek musí splňovat také obecné vlastnosti, které jsou podle obchodního zákoníku věk minimálně 18 let, bezúhonnost a způsobilost k právním úkonům.

Tato definice striktně vymezuje situaci, kdy je člověk podnikatelem, ale neříká nám nic o reálné osobnosti podnikatele. Proto uvedeme výstižný náhled na osobu podnikatele z pohledu vlastní zkušenosti Vladimíra Vojíka: *"Podnikatel dneška je tvor, který je specifický tím, že za své peníze, na úkor svého času, rodiny a někdy i nervů podstupuje denní "bitvy" o přežití, uhájení, v lepším případě rozšíření své podnikatelské existence, tedy je svým způsobem buď hrdinou, zasluhujícím uznání, nebo "bláznem", který vše zde uvedené akceptuje a přesto jde do rizik a nejistot."* (Vojík, 2009, s. 5)

1.3.Riziko

Podnikatele a jeho podnikání provází riziko. Ve větší či menší míře se bude vyskytovat při každém rozhodování. Co to tedy riziko je? Riziko můžeme definovat jako pozitivní nebo negativní odklon od původního plánu. Míra rizika nám říká, s jakou pravděpodobností se tento odklon uskuteční.

Míra riskantnosti podnikání záleží na více faktorech. Jedním z těchto faktorů je samotná osobnost podnikatele. Někteří podnikatelé hazardují při vysoké úrovni rizika, ale s očekáváním vysoké výnosnosti. Takové nazýváme milovníky rizika (*risk lovers*). Protikladem jsou podnikatelé, kteří mají k riziku averzi (*risk averse*). Ti si počínají opatrněji, operují s nižší mírou rizika, ovšem při nižší výnosnosti. Mezi těmito dvěma skupinami stojí podnikatelé indiferentní vůči riziku. Takoví lidé někdy zvolí vyšší míru rizika, jindy spíše nižší, podle situace (Jurečka, 2010).

Riziko můžeme, podle míry, do jaké jej můžeme ovlivnit, rozdělit na objektivní a subjektivní. Objektivní riziko je z pozice podnikatele neovlivnitelné. Řadí se sem rizika spojená s makroekonomickou situací, živelné pohromy a podobně. Druhý typ, tedy riziko subjektivní, je ovlivnitelné, či dokonce přímo zapříčiněné podnikatelem. Tím že lze toto riziko ovlivnit, je možné podniknout kroky, jak takovéto riziko co možná nejvíce omezit.

Omezovat pravděpodobnost výskytu rizika lze pomocí několika nástrojů.

Diverzifikace rizika. Diverzifikací rozumíme snahu o rozložení rizika mezi více různých projektů investic, provozů, podniků, produktů a podobně. Další možností diverzifikace je získání více dodavatelů i odběratelů. Jde o snahu nemít celý potenciál na jednom místě. V případě krachu jedné buňky máme v záloze ostatní.

Prosté omezování rizika. Účinnou formou redukce rizika je stanovení hranic, za kterými se stanou věci příliš rizikové.

Volba právní formy podnikání. Pomocí správné volby právní formy můžeme omezit až odstranit riziko ručení svým majetkem za závazky společnosti.

Transfer rizika. Tímto způsobem přesuneme riziko na jiné subjekty. Může se jednat například o smlouvy, které zaručí dodávané a odebírané množství s dodavatelem nebo odběrateli. Jinou formou transferu rizika na cizí subjekt může být pojištění. Pojišťovna přebere za poplatek riziko na "sebe".

Rezervy. V neposlední řadě můžeme riziko redukovat tvořením rezerv na více či méně mimořádné události.

1.4.Podnik

I v případě pojmu podnik nalezneme několik definic či interpretací. Srpová uvádí, že *"nejobecněji je podnik chápán jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy"* (Srpová, 2010, s. 35).

Z právního hlediska je pojem podnik ošetřen v obchodním zákoníku, kde nalezneme v paragrafu §5 definici: *"Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit"*

1.5.Malé a střední podniky

Jelikož podnik, který hodláme fiktivně zakládat, bude spadat do oblasti spíše malého podnikání, je potřeba si vymezit hranice mezi tím, co je ještě malý a co už je střední, respektive velký podnik. Rozdělení opět není jednoznačné, existuje více přístupů jak podniky dělit. My si představíme dvě pravděpodobně nejpoužívanější metody.

1.5.1. Evropská komise

Rozdělení podle doporučení Evropské komise uvádíme, jelikož z něj vychází zákon č. 47/2002 Sb. o podpoře malého a středního podnikání (Srpová, 2010).

Dle doporučení Evropské komise se podniky dělí na tyto kategorie:

- střední podniky - maximálně 250 zaměstnanců, obrat do 50 mil. EUR nebo suma aktiv do 43 mil. EUR,
- malé podniky - maximálně 50 zaměstnanců, obrat do 10 mil. EUR nebo suma aktiv do 10 mil. EUR,
- mikro podniky - maximálně 10 zaměstnanců, obrat do 2 mil. EUR nebo suma aktiv do 2 mil. EUR.¹

1.5.2. Eurostat

Podle Eurostatu dělíme podniky podle počtu zaměstnanců na tři skupiny:

- malé podniky s maximálně dvaceti zaměstnanci,
- střední podniky s nejvíce 100 zaměstnanci,
- velké podniky, kde je více než 100 zaměstnanců (Srpová, 2010).

1.5.3. Vlastnosti malých a středních podniků

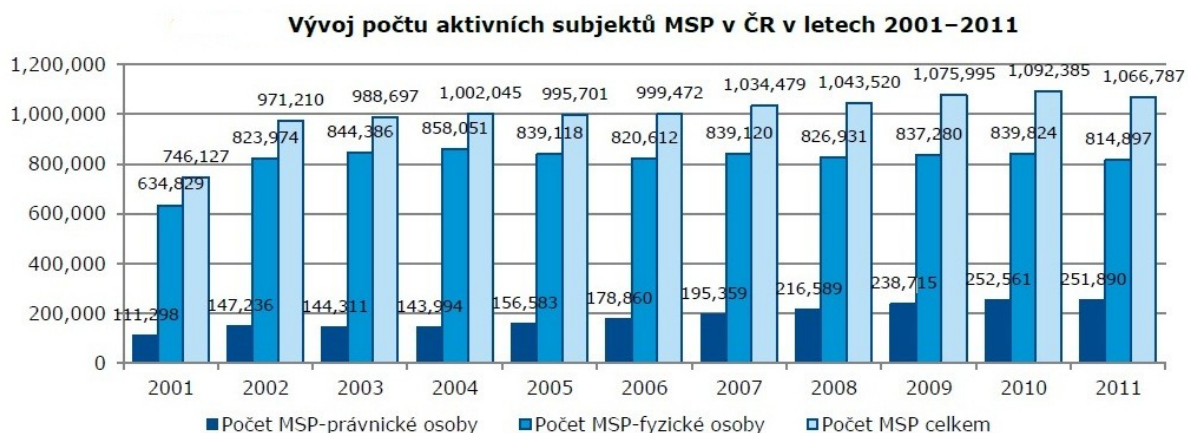
V České republice tvořily v roce 2011 malé a střední podniky 99,84% všech podnikatelských subjektů.² V obrázku č. 1 vidíme, že to představuje 251 890 právnických 814 897 fyzických osob. Dále v tomto obrázku můžeme pozorovat mírný pokles absolutního počtu subjektů MSP na úroveň před rokem 2009.

V roce 2010 tvořily 32,6 nominálního hrubého domácího produktu a zaměstnávají necelou polovinu pracovní síly.³ 60% vynálezů a inovací 20. století vzniklo v malých podnicích do dvaceti zaměstnanců (Vojík, 2009). Malé a střední podniky tak mají nesporný význam pro hospodářství České republiky a její podnikatelské prostředí.

¹ The new SME definition: user guide and model declaration. [Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005, 50 p. ISBN 92-894-7909-4.

² <http://download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf>

³



Obrázek 1: Vývoj počtu aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2001 - 2011
(Zdroj: <http://download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf>)

Hlavními přednostmi malých a středních podniků jsou:

- *flexibilita, tj. schopnost rychle se adaptovat na požadavky a výkyvy trhu,*
 - *jednoduchá organizační struktura, osobní vztah k zaměstnancům,*
 - *schopnost generovat pracovní příležitosti při nízkých kapitálových nákladech,*
 - *blízký vztah k zákazníkovi,*
 - *méně rozsáhlá administrativa, případně zabezpečována pomocí outsourcingu,*
 - *menší náročnost provozních činností na energie a suroviny*
- (Srpová, 2010, s. 39).

Kromě výše uvedených předností můžeme pozorovat také pozitivní působení na ekonomickou situaci země. Jak uvádí Srpová (2010) malé a střední podniky tvoří protipól proti monopolním snahám velkých podniků. Mohou zasahovat do, pro velké firmy, nevýhodných odvětví trhu. Tím se mohou stát subdodavateli velkých firem. Dalším pozitivem je přebírání zaměstnanců od globálně orientovaných firem, které migrují do zemí s nižšími náklady. V neposlední řadě jsou symbolem svobody v demokratickém zřízení. *"Dávají šanci k svobodnému uplatnění občanů - podnikatelů, dávají šanci k samostatné realizaci lidí v produktivním procesu."* (Srpová, 2010, s. 39)

Mimo výše uvedených předností a pozitiv je potřeba zmínit četná úskalí, s nimiž se musí malé a střední podniky potýkat. Opomenutí či nerespektování takovýchto úskalí může pak v mnoha případech vyústit v ukončení činnosti podniku. Zejména v období hospodářské

recese se počty bankrotů zvyšují právě u firem spadajících do segmentu malého a středního podnikání, na rozdíl od bankrotů větších akciových společností.⁴

Mezi bariéry působení malých a středních podniků řadíme:

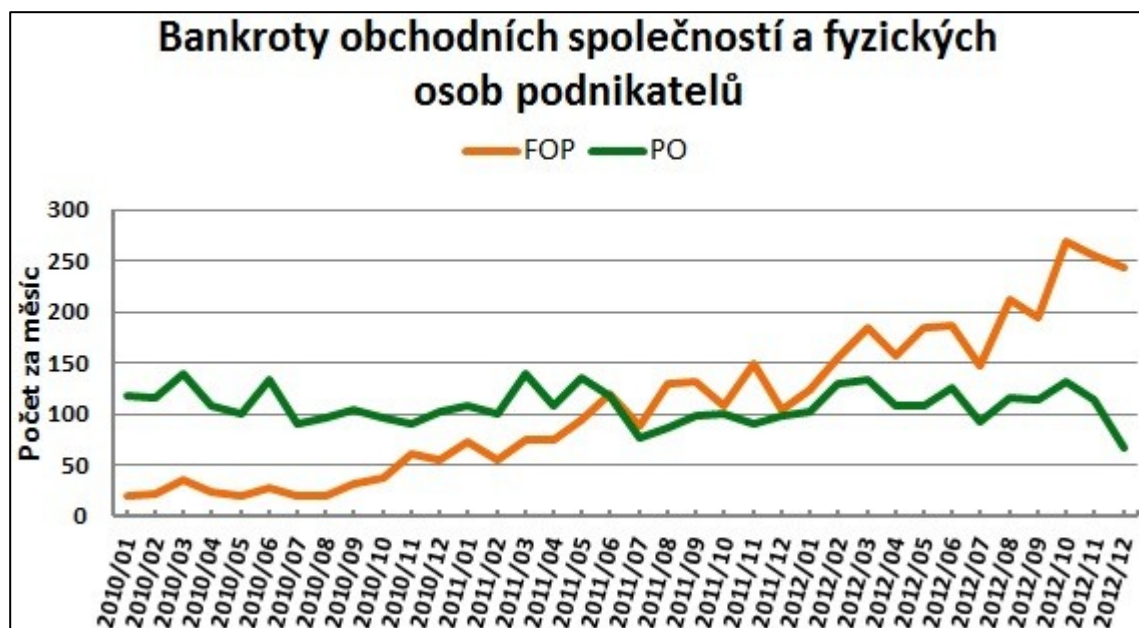
- vysoká administrativní zátěž,
- nedostatečné vzdělávání v oblasti podnikání,
- složitější financování kapitálově náročných investic - horší pozice pro vyjednávání financování z cizích zdrojů,
- špatná podpora a zviditelňování úspěšných podniků,
- nižší konkurenceschopnost,
- omezené zdroje - nižší možnost zapojení u veřejných zakázek - v České republice pouze 17% objemu všech veřejných zakázek - nejhorší postavení v rámci EU,⁵
- složitější přístup k nejnovějším informacím a technologiím (Srpová, 2010).

1.5.4. Příčiny zániku malých a středních firem

I přes podporu malých a středních podniků ze strany státu, či Evropské unie můžeme pozorovat poměrně velké procento krachujících firem. V grafu obrázku č. 2 můžeme pozorovat vývoj počtu bankrotujících obchodních společností i fyzických osob podnikatelů. Od roku 2010 vidíme vzestupnou tendenci u bankrotů fyzických osob podnikatelů a u právnických osob velmi mírně klesající křivku bankrotů, která osciluje kolem sta bankrotů za měsíc. V posledním kvartálu roku 2012 je patrný poměrně prudký pokles bankrotů u obou segmentů.

⁴ [http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/CF0030D855/\\$File/1154-09-KAP7.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/CF0030D855/$File/1154-09-KAP7.pdf)

⁵ <http://download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf>



Obrázek 2: Bankroty obchodních spol. a FO podnikatelů (Zdroj: <http://www.crif.cz/Novinky/Novinky/Pages/V-roce-2012-bylo-vyhlášeno-16-956-osobních-bankrotů,-firem-zbankrotovalo-3-692.aspx>)

Příčiny úpadku jednotlivých firem bývají podobné. Podle Šebestové (2005) jimi nejčastěji jsou tyto důvody:

- **Podkapitalizace**, čímž rozumíme podceňování kapitálu potřebného ať už pro samotný chod podniku nebo pro potřeby investice na inovace, rozvoj a expanzi na trhu.
- **Špatný peněžní tok**. Platební morálka některých odběratelů může vést k neschopnosti podniku splácet své závazky a tím k jeho postupnému krachu. Je nezbytné, aby příchozí peníze kryly výdaje,
- **Nedostatečné plánování**. Špatně sestavený podnikatelský plán a zejména nedostatečně zpracované analýzy budoucího vývoje.
- **Neexistující konkurenční výhoda**. Pokud malá firma nabízí stejné produkty jako ostatní firmy ve stejném sektoru, je pravděpodobné, že ji ostatní "převálčují". Je potřeba se odlišovat.
- **Slabá marketingová podpora**. Důležité je odlišit se od konkurence a zvolit marketingovou strategii tak, aby jasně vyjádřila, proč by měl zákazník kupovat právě produkty dané firmy a přesvědčit jej o tom.
- **Nedostatečná pružnost a přizpůsobivost**. Flexibilitu a adaptibilitu jsme uvedli jako přednosti malé firmy. Pokud však malé podniky těchto vlastností využívat nebudou, může to vést k jejich zániku.

- **Snaha vědět o všem a dělat všechno sám.** Je vhodné přenechat specializované práce odborníkům v daném oboru (účetní, právník, personalista), jelikož povrchní znalosti manažera/podnikatele je nemohou nahradit.
- **Nekontrolovaný růst.** S příliš rychlým, neplánovaným růstem jsou spojena rizika, která mohou ohrozit nejen růst, ale podnik celkově. Při rychlé expanzi problémy s pohotovými platebními prostředky nebo nedostatečné krytí poptávky.

1.5.5. Podpora malého a středního podnikání

Malé a střední podniky představují velmi významnou část podniků v zemích Evropské unie. Do charakteristik malého a středního podnikání patří 99% firem fungujících v EU a obstarávají asi 70% pracovních míst. Tato čísla ukazují obrovský význam malých a středních podniků (Srpová, 2010). Tento velký význam si uvědomují i státní instituce a orgány Evropské unie. Uvědomují si však také velké procento zanikajících podniků. Proto je podpora konkurenceschopnosti v oblasti malého a středního podnikání jednou z priorit těchto institucí.

Výstupem podpory malých a středních podniků je přijetí ***Evropského aktu pro malé podniky (Small business act - SBA)***. Tento akt je snahou o usnadnění fungování malých a středních podniků. Hlavními směry podpory této iniciativy jsou:

- zlepšení přístupu k financím - snadnější vyjednávání úvěrů, přístup na trhy s rizikovým kapitálem,
- zjednodušení administrativní zátěže - jednotná kontaktní místa,
- posilování využití jednotného trhu EU - návrh na společnou daň z příjmu, zjednodušení vymáhání dluhů v zahraničí.⁶

Mimo iniciativu SBA podporuje Evropská unie podnikání také pomocí strukturálních fondů, jimiž se snaží vyrovnat rozdílnou hospodářskou a sociální úroveň regionů. Podílejí se na tom Fond soudržnosti, Evropský fond pro regionální rozvoj a Evropský sociální fond (Srpová, 2010).

Podpora ze strany Evropské unie sleduje tři prioritní cíle,

- konvergenci - přibližování úrovně jednotlivých regionů,

⁶ http://ec.europa.eu/ceskarepublika/press/press_releases/11_218_cs.htm

- konkurenceschopnost a zaměstnanost - prohlubování podpory inovací, podnikavosti, životního prostředí,
- evropská územní spolupráce - meziregionální i nadnárodní (Srpová, 2010).

V letošním roce (2013) končí sedmileté programovací období Evropské unie. Byla proto vypracována a na následující programovací období schválena Koncepce 2014+. Hlavními cíli této koncepce pro roky 2014 až 2020 jsou:

- podpora konkurenceschopnosti - posilování postavení MSP v evropském i celosvětovém měřítku,
- rozvoj podnikatelského prostředí, zkvalitňování služeb pro podnikatele, zvyšování atraktivity technického a přírodovědného vzdělání,
- posilování podpory inovací a udržení duševního vlastnictví pro MSP,
- redukce energetického a materiálového zatížení.⁷

1.6. Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument popisující vnější i vnitřní prostředí podniku. Měl by být logicky strukturovaný, podle potřeby stručný a přehledný, měl by vycházet z pravdivých údajů a zohledňovat rizika (Srpová, 2010)

Náš podnikatelský plán bude sloužit k interním potřebám. Pomáhá ucelit si myšlenky, převést je do písemné podoby a rozpracovat je. Obsahuje analýzu okolí a předpokládaný finanční plán. Může nám pomoci rozhodnout, jestli je plán realizovatelný, jaká bude přibližná finanční situace v začátcích podnikání, jaká bude v okolí konkurence a jiné.

Kromě výše popsané funkce jakési pomůcky pro začínajícího podnikatele může podnikatelský plán sloužit i pro externí uživatele. Jedná se o poskytovatele cizích zdrojů financování, banky či jiní investoři. Těmto poskytne stručnou a přehlednou charakteristiku podniku. Jak říká Srpová (2010): "*Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může výrazně přispět k získání potřebného kapitálu*" (Srpová, 2010, s. 60).

⁷ <http://download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf>

1.6.1. Struktura podnikatelského plánu

Podnikatelský plán nemá jasně danou charakteristiku, které by se musel držet. Záleží na účelu použití, některé body mohou být vynechány, jiné naopak přidány. Stejně tak hloubka neboli detailnost informací závisí na tom, k čemu je podnikatelský plán určen. V literatuře však můžeme najít obecné body, které se často vyskytují. Těmito základními obecnými body jsou:

Shrnutí

Stručný přehled toho, co nalezneme v podnikatelském plánu, mělo by čtenáře přesvědčit k dalšímu čtení. Mělo by zde být vyjasněno, pro koho je daný podnikatelský plán určen.

Popis podnikatelského záměru

Zde uvést vysvětlení proč chce podnikatel podnikat právě v tomto oboru, čím plánuje zaujmout zákazníky, jak se liší od konkurence a naznačit jakými prostředky toho chce dosáhnout. Jsou zde uváděny předpoklady, které musí podnikatel splňovat pro provozování živnosti.

Popis nabízeného produktu

Představení námi nabízeného produktu, vyzdvižení jeho předností, není vhodný příliš technický - odborný popis produktů, nejprve se zaměřit na hlavní produkt, následně na méně významné nebo doplňkové.

Analýza okolí, konkurence

Analýze okolí je potřeba věnovat velkou pozornost, jelikož právě odtud na nás budou působit hrozby. Je důležité důkladně zmapovat konkurenční prostředí. Je dobré se zaměřit na silné i slabé stránky konkurence a porovnat jejich nabízené produkty s našimi.

Analýza zákazníků

Zde bude uvedeno, kdo jsou zákazníci podniku. Vhodná je jejich segmentace, abychom mohli oslovit skupiny zákazníků správným produktem.

Marketing

Stanovení cenové strategie a důvody pro takové rozhodnutí. Zvolená forma reklamy a jiné podpory prodeje. Komunikace se zákazníky.

Personální zajištění

Představení zaměstnanců podniku a jejich hierarchické uspořádání. U větších podniků představení řídicích funkcí, u malých struktura a počet zaměstnanců. Požadavky na kvalifikaci jednotlivých pracovních pozic a formu jejich odměňování.

Finanční plán

Tato část je zřejmě nejdůležitější část každého podnikatelského plánu, ať už je určen pro interní nebo externí využití. Jsou zde zpracovány veškeré výdaje a příjmy v daném období. Jsou zde sestaveny očekávané výkazy zisku a ztrát, rozvahy, výkaz cash-flow. Můžou zde být také vypracovány ukazatele finanční analýzy, jako jsou ukazatele rentability, likvidity a jiné (rozsah opět záleží na účelu podnikatelského plánu). Díky všem těmto nástrojům tak poskytuje přehled o životaschopnosti projektu.

Jak jsme již při charakteristice podnikatelského plánu uvedli, podnikatelský plán by měl být reálný. Týká se to samozřejmě celého podnikatelského plánu, ale při výpočtu finančního plánu obzvlášť. Jakékoli nadsazování nebo jiná manipulace s údaji mohou vést k pozdějším vážným problémům ve společnosti.

Srpová (2010) uvádí, že není příliš vhodné začlenit do podnikatelského plánu začínajícího podniku volbu právní formy podnikání. V případě naší fiktivní firmy jsme ji do podnikatelského plánu uvedli, abychom mohli zpracovat část týkající se časové návaznosti jednotlivých kroků při zakládání zvolené formy podnikání.

1.7.Právní formy podnikání

Pokud se člověk v České republice rozhodne podnikat, je to možné prostřednictvím několika právních forem. V následujících odstavcích si je představíme a uvedeme jejich základní charakteristiky. Na konci tohoto oddílu rozebereme charakteristiky společnosti s ručením omezeným podrobněji, jelikož jsme ji zvolili jako formu podnikání pro náš podnik.

Abychom mohli začít podnikat, musíme splňovat podmínky pro získání živnostenského oprávnění. Dle živnostenského zákona to jsou tyto podmínky:

- **všeobecné podmínky:**
 - minimální věk 18 let,
 - způsobilost k právním úkonům,
 - bezúhonnost,
- **zvláštní podmínky**
 - odborná a jiná způsobilost, dle požadavků pro danou živnost.

Pokud splňujeme výše uvedené podmínky, musíme se rozhodnout, zda budeme podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Pokud zvolíme podnikání jako fyzická osoba, přejdeme k získání živnostenského nebo jiného oprávnění potřebného pro náš obor živnosti.

Živnosti jsou v živnostenském zákonu rozděleny na dvě hlavní skupiny a jejich podskupiny. Relativně snadnější je získání oprávnění ze skupiny ohlašovacích živností. Snadnější v tom smyslu, že pokud splňujeme podmínky pro danou živnost, stačí pouze ohlásit zahájení živnosti. Do této skupiny se řadí:

- **Živnosti řemeslné** - podmínkou pro získání je vzdělání v oboru nebo praxe, jejíž délka je stanovena živnostenským zákonem
- **Živnost vázané** - podmínkou je prokázání odborné způsobilosti stanovené v příloze živnostenského zákona
- **Živnosti volné** - k získání oprávnění z této skupiny musíme splňovat pouze všeobecné podmínky.

Další živnosti tvoří živnosti koncesované. Řadí se sem takové živnosti, jejichž počet je kontrolován nebo vzhledem k povaze předmětu podnikání je potřeba určitého dohledu nad podnikáním. Jde například o taxislužbu, nakládání se zbraněmi nebo výbušninami, pohřební

služby. Jak je z názvu patrné, k provozování těchto živností je zapotřebí koncese, kterou uděluje příslušný úřad uvedený v příloze živnostenského zákona.

Charakteristika osob podnikajících na základě živnosti

- Nejméně administrativně náročné,
- Nepotřebujeme žádný základní kapitál,
- Není nutné vést účetnictví (do určité výše obratu),
- Podnikatel ručí za závazky celým svým majetkem.

Veřejná obchodní společnost

- zakládají minimálně 2 fyzické nebo právnické osoby, maximální počet není stanoven,
- základní kapitál není potřeba skládat,
- ručení celým svým majetkem,
- ustavujícím dokumentem je společenská smlouva,
- není nutné zakládat povinný rezervní fond.

Komanditní společnost

- zakládají minimálně 2 fyzické osoby, maximum není dáno,
- základní vklad 5000 Kč pro každého komanditistu,
- komanditista ručí za závazky do výše svého nesplaceného vkladu, komplementáři ručí celým svým majetkem,
- ustavujícím dokumentem je společenská smlouva,
- vytváření rezervního fondu není povinné.

Akciová společnost

- musí být založena minimálně dvěma fyzickými nebo jednou právnickou osobou, maximum osob není určeno,
- základní kapitál činí minimálně 2 miliony Kč, v případě veřejně obchodovatelných akcií je to 20 milionů Kč,
- společník neodpovídá za povinnosti společnosti,
- je nutná zakladatelská smlouva.

- společnost musí vytvořit rezervní fond ve výši stanovené obchodním zákoníkem,

Družstvo

- založit družstvo mohou aspoň 2 právnické nebo 5 fyzických osob, horní hranice není stanovena,
- minimální základní kapitál je 50 000 Kč,
- společník neodpovídá za povinnosti společnosti,
- družstva se zakládají ustavující schůzí,
- povinnost zakládat rezervní fond.

1.8. Společnost s ručením omezeným

S.r.o. se řadí do kapitálových obchodních společností, některé vlastnosti, například částečné osobní ručení společníků ji řadí na pomezí mezi kapitálové a osobní společnosti (Srpová, 2010).

1.8.1. Charakteristické znaky společnosti s ručením omezeným

Základní kapitál

Minimální výše je 200 000 Kč. Minimální vklad na jednoho společníka je 20 000 Kč. Před zápisem do Obchodního rejstříku musí být splaceno minimálně 30% z celkových vkladů, aspoň však 100 000 Kč. Pokud s.r.o. zakládá pouze jedna osoba, musí být splacen vklad celý. Základním kapitálem může být také nepeněžitý vklad majetku. Takový majetek musí být využit pro chod společnosti.

Společenská smlouva

Při založení s.r.o. je nezbytné sepsat společenskou smlouvu. Společnost může založit také pouze jedna osoba (jako je tomu i v naší fiktivní společnosti). V tom případě je místo společenské smlouvy ustanovena podle §57 obchodního zákoníku zakladatelská listina. Společenská smlouva, stejně jako zakladatelská listina, musí být sepsány notářským zápisem.

Minimální obsah společenské smlouvy (zakladatelské listiny) je stanoven podle § 110 obchodního zákoníku takto:

- *"firmu a sídlo společnosti,*
- *určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby,*
- *předmět podnikání (činnosti),*
- *výši základního kapitálu a výši vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu,*
- *jména a bydliště prvních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti,*
- *jména a bydliště členů první dozorčí rady, pokud se zřizuje,*
- *určení správce vkladu,*
- *jiné údaje, které vyžaduje tento zákon."*

Ručení

Společníci ručí společně ve stejné výši do výše sumy nesplacených vkladů na základní kapitál. Pakliže jsou všechny vklady základního kapitálu splaceny, ručení společníků zaniká. Společnost jako taková ručí za své závazky celým svým majetkem.

Odpovědný zástupce

V případě, že podnikatel nesplňuje zvláštní podmínky pro získání živnosti, je povinen dle živnostenského zákona smluvně ustanovit odpovědného zástupce. Podle zmíněného živnostenského zákona je nutné, aby odpovědný zástupce splňoval tyto podmínky:

- vykonávat činnost odpovědného zástupce pro maximálně 4 podnikatele,
- s podnikatelem uzavřel smlouvu,
- splňuje všeobecné i zvláštní podmínky pro provozování živnosti,
- netrvají u něj překážky provozování živnosti,
- není členem kontrolního orgánu společnosti, se kterou u něj trvá smluvní vztah pro provozování odpovědného zástupce.

Valná hromada

Nejvyšším orgánem společnosti s ručením omezeným, je valná hromada. Je svolávána jednatelem minimálně jednou ročně. V případě, že je pouze jeden společník, valná hromada není svolávána a její působnost vykonává sám společník, v potřebných případech vydává

rozhodnutí v písemné podobě či s notářským zápisem. V kompetencích valné hromady jsou podle §125 obchodního zákoníku mimo jiné tyto hlavní body:

- schvalování jednání jménem společnosti před jejím vznikem,
- rozhodování o rozdělení podílu na zisku nebo úhradě ztrát,
- schvalování účetních závěrek,
- změny společenské smlouvy,
- rozhodování o výši základního kapitálu,
- jmenování a schvalování jednatelů a dozorčí rady.

Jednatelé

Valná hromada jmenuje z řad společníků nebo ostatních fyzických osob jednoho nebo více jednatelů. Jednatel se jako statutární orgán společnosti stává obchodním vedením společnosti. Z obchodního zákoníku vyplývají pro jednatele povinnosti:

- zajistit informovanost společníků o záležitostech společnosti,
- dodržovat zákaz konkurence,
- zajistit vedení řádného účetnictví a evidence,
- svolávat valnou hromadu v daných termínech,
- podávat návrhy na zápis do obchodního rejstříku (Srpková, 2010)

Dozorčí rada

Dozorčí rada, jestliže je zřízena provádí kontrolní činnost společnosti. Zřízení dozorčí rady není povinné. Její případné zřízení stanoví společníci ve společenské smlouvě. Minimálně musí být dozorčí rada tříčlenná a nesmí v ní být jednatel společnosti. Členové se mohou účastnit valné hromady a musí jim být uděleno slovo, kdykoli o to požádají. Pokud je zřízena, okruhy její činnosti jsou uvedeny v § 138 obchodního zákoníku:

- dohled nad činnostmi jednatelů,
- nahlížení a kontrola účetních knih a jiných dokladů,
- přezkum účetních závěrek a podání návrhu na rozdělení zisku nebo úhrady ztráty a předkládá své vyjádření valné hromadě,
- ve stanovených lhůtách předkládá své zprávy valné hromadě.

2. Založení společnosti s věcnou a časovou návazností jednotlivých kroků

V této části se budeme zabývat potřebnými postupy při založení fiktivní společnosti s ručením omezeným, která je představena v podnikatelském plánu v další části textu. Začneme s kroky, které bychom učinili před samotným založením společnosti. Poté se dostaneme k samotnému založení společnosti. Přestože se jedná o fiktivní společnost, bude kladen důraz na správnou časovou a věcnou návaznost, abychom co nejlépe simulovali náležitosti při zakládání skutečného podniku

2.1.Kroky před založením společnosti

Pokud chceme začít podnikat je důležitý mít správný nápad, nějakou ideu, se kterou bychom se mohli udržet na trhu v konkurenčním prostředí. Tento nápad posléze rozvinout a vypracovat podnikatelský plán, ve kterém bude provedena zejména analýza trhu a konkurenčního prostředí, rizik a nejdůležitější část - finanční plán.

2.2. Založení společnosti

Po sestavení podnikatelského plánu následovalo rozhodnutí, zda začít podnikat. V tomto směru vyzněl podnikatelský plán pozitivně. Bylo tedy rozhodnuto, že společnost bude založena.

Pro lepší přehlednost nejprve uvedeme přehled činností s daty, kdy byly uskutečněny:

- 1. 7. 2012 - 20. 8. 2012 - sestavení podnikatelského plánu,
- 25. 8. 2012 - podpis zakladatelské listiny,
- 28. 8. 2012 - předání splátky základního kapitálu správci vkladu,
- 30. 8. 2012 - uzavření nájemní smlouvy na nebytové prostory provozovny,
- 4. 9. 2012 - ohlášení živnosti na živnostenském úřadě
- 4. 9. 2012 - vznik živnostenského oprávnění,
- 10. 9. 2012 - podání návrhu na zápis od obchodního rejstříku,
- 14. 9. 2012 - vznik společnosti Havíř s.r.o.
- 23. 1. 2013 - registrace na finančním úřadu

Jelikož společnost zakládá jediný společník, byla 25. 8. 2012 notářským zápisem zhotovena zakladatelská listina (Příloha č. 1). Zakladatelská listina obsahuje veškeré náležitosti, které stanovuje obchodní zákoník. Tím byla společnost Pivovar Havíř, s.r.o. založena.

28. 8. 2012 byl v plné výši splacen vklad základního kapitálu ve výši 700 000 Kč. Celý vklad je v peněžité formě, předmětem tedy není žádný movitý majetek. Správce vkladu sepsal prohlášení o převzetí vkladu a uložil jej na bankovní účet, vytvořený pro potřeby nově založené společnosti.

2. 9. 2012 byla uzavřena nájemní smlouva na nebytové prostory pro provozovnu a zároveň sídlo společnosti. Předmětem jsou prostory v domě na ulici 28. října 190/38 Moravská Ostrava, 702 00 Ostrava. Nájemní smlouva ustanovena na dobu neurčitou určila výši nájemného na 70 000 Kč měsíčně.

4. 9. 2012 byl podán jednotný registrační formulář na centrálním registračním místě. Prostřednictvím tohoto formuláře jsme ohlásili zahájení živnosti, konkrétně předmětu podnikání Hostinská činnost.

4. 9. 2012 byl ustanoven odpovědný zástupce pro předmět živnosti Pivovarnictví a sladovnictví. Jak můžeme vidět v příloze č. 7, je jím pan Karel Sečný.

10. 9. 2012 byl na adresu Krajského soudu v Ostravě podán návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku. Lhůta, která činí pro podání návrhu 90 dní od založení společnosti, byla se značnou rezervou splněna. Spolu s návrhem bylo potřeba odevzdat další dokumenty. Byly to:

- zakladatelská listina,
- živnostenská oprávnění,
- prohlášení správce vkladu,
- výpis z katastru nemovitosti,
- nájemní smlouva,
- výpis z trestního rejstříku a čestné prohlášení jednatele.

14. 9. 2012 Krajský soud rozhodl o přidělení identifikačního čísla. V tomto okamžiku dle stanov obchodního zákoníku vznikla společnost Domácí pivovar Havíř s.r.o.

Posledním krokem při zakládání společnosti byla návštěva finančního úřadu. Tam byla uskutečněna registrace k dani z příjmů právnických osob.

1. 10. 2012 dostala společnost do užívání nebytové prostory provozovny a tak mohla začít rekonstrukce a instalace zařízení. Rekonstrukce byla plánována na necelé tři měsíce. Restaurace 1. 1. 2013 oficiálně otevřena a zahájila tak svoji výdělečnou činnost.

3. Praktická část

Podnikatelský plán

společnosti:

Domácí pivovar Havíř, s.r.o.

Název společnosti: Domácí pivovar Havíř

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Sídlo společnosti: 28. října 190/38 Moravská Ostrava, 702 00 Ostrava

Předmět podnikání:

Hostinská činnost

Pivovarnictví a sladovnictví

Kontakt:

e-mail: pivovarhavir@email.cz

tel. +420737571087

3.1.Přehled

V tomto podnikatelském plánu bude představen plán na založení nového podniku v oblasti pivovarnictví a hostinské činnosti. Budou zde přiblíženy aktivity při založení podniku a principy, kterými bude chtít dosáhnout nově vznikající podnik svých cílů. Důležitou částí bude finanční plán, kde budou uvedeny propočty nákladů a výnosů a jiné ukazatele finanční situace podniku. Tento podnikatelský plán vznikl pro interní potřeby nově vzniklé společnosti Domácí pivovar Havíř, s.r.o.

3.2.Popis podnikatelské činnosti

Rozhodli jsme se založit nízkokapacitní pivovar s přilehlou restaurací. Tento podnik bude svou činnost provozovat na základě dvou živností řemeslných a to: pivovarnictví a sladovnictví; pohostinská činnost, pro tyto činnosti bude ustaven odpovědný zástupce.

K zahájení tohoto typu podnikání nás vedla rostoucí obliba regionálních, či jinak netradičních piv, kterou můžeme pozorovat v jiných městech České republiky. Provozovnu plánujeme umístit do centra Ostravy, kde je nabídka takového piva nízká.

Součástí minipivovaru bude pivnice a restaurace s tradiční českou kuchyní. Z těchto místností bude průhled do provozu pivovaru a zákazníci tak budou moci sledovat vaření piva na vlastní oči. Otevírací doba bude od 10:00 do 23:00. Největší návštěvnost předpokládáme v době oběda, tedy od 11:00 do 14:00 a poté ve večerních hodinách od 18:00 do 22:00, kdy očekáváme spíše zvýšenou konzumaci piva.

Maximální kapacita bude cca 80 osob. Součástí bude salonek o kapacitě cca 20 lidí, kde mohou být pořádány privátní akce.

Celkem bude zaměstnáno 10 osob na úplný pracovní úvazek. Bude se jednat o kuchaře, číšníky, sládku a pomocný personál.

Hlavní prodejní atributy

- Dobře situovaná provozovna
- Zajímavý interiér - spojení pivovaru a restaurace
- Sortiment vařeného piva
- Tradiční česká regionální kuchyně

3.3.Právní forma podniku

Jelikož podnik zakládá pouze jedna osoba, při rozhodování o volbě právní formy našeho podnikání jsme se rozhodovali mezi podnikáním fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění a založením společnosti s ručením omezeným. Pro podnikání na základě živnosti hovořila nižší administrativní náročnost.

Nakonec jsme zvolili založení společnosti s ručením omezeným s jedním společníkem. Myslíme, že je to pro náš podnik vhodnější forma podnikání z několika důvodů:

- společnost ručí svým majetkem, společníci jen do výše celkových nesplacených vkladů,
- můžeme, na rozdíl od fyzické osoby, zvolit libovolný název, což nám pomůže při propagaci,
- lepší pozice pro vstup investorů v podobě nových společníků,
- snadnější vyjednávání úvěrů.

Abychom mohli činnost provozovat, musí být ustanoven odpovědný zástupce pro danou živnost. Jelikož budeme podnikat na základě živností řemeslných, odpovědný zástupce musí kromě všeobecných podmínek pro založení živnosti splňovat i zvláštní podmínky pro řemeslnou živnost, uvedené v živnostenském zákoně. Zvláštními podmínkami živnostenský zákon rozumí odbornou způsobilost, která je podmíněna takto:

- řádném ukončení potřebného vzdělání nebo kvalifikace pro předmět živnosti,
- řádném ukončení vzdělání v příbuzném oboru a jednoletá praxe v oboru,
- šestiletá praxe v oboru.

3.4.Cíle podniku

3.4.1. Krátkodobé cíle

Z krátkodobého hlediska chceme hlavně úspěšně proniknout na trh. Vytvořit takovou marketingovou strategii, která nám pomůže dostat se do povědomí zákazníků a zajistit, aby se k nám často vraceli.

3.4.2. Dlouhodobé cíle

Naším cílem je maximalizace zisku. Chtěli bychom se stát zavedenou značkou. V dlouhodobém výhledu bychom toho chtěli dosáhnout vytvořením skupiny stálých zákazníků, kteří se k nám budou vracet. Tím získáme základnu pro jistou poptávku. Tuto základnu pak chceme co nejvíce rozšiřovat. Po splacení podnikatelského úvěru plánujeme v řádu několika let odkup budovy provozovny. Plánujeme také rozšíření portfolia například o ubytovací služby, jako penzion, případně hotel. Po zavedení a stabilizaci podniku, plánujeme expanzi v podobě postupného otvírání nových poboček jak v Ostravě, tak ve vhodně zvolených městech především na Moravě. Vhodně zvolenými městy rozumíme taková města, ve kterých není velká nabídka "alternativních" piv.

3.5.Umístění provozovny

Minipivovar a restaurace bude umístěn v centru Ostravy na ulici 28. října, poblíž frekventovaného Masarykova náměstí. V Ostravě převažuje nabídka velkých pivovarů, zejména Radegast a Ostravar, menší pivovary jsou na území pouze dva. Z těchto dvou je jeden v Ostravě - Zábřehu a druhý v centru na Přívozké ulici.

Pokud se podíváme na mapu jiných velkých měst, hlavně Prahy a Brna, nalezneme poměrně vysokou koncentraci restaurací a pivnic s nabídkou piv velmi různorodých, z domácí i zahraniční produkce. Když se podíváme na mapu Ostravy a zejména jejího centra, zjistíme, že nabídka je velmi omezená, převážně zde nalezneme produkci výše zmíněných velkých pivovarů. Proto jsme se rozhodli provozovnu situovat právě do centra Ostravy.

Dalším důvodem je to, že centrum je přirozeným místem s vyšší koncentrací lidí, v době oběda pracujících, studentů atd., v podvečerních a večerních hodinách lidí vyražejících za zábavou (Stodolní ulice), či jen na pivo.

3.6.Konkurence

Na konkurenci budeme nahlížet ze dvou hledisek. V první řadě se seznámíme s pivovary, jejichž pivo se v okolí naší provozovny prodává. Poté se zaměříme na samotné restaurace a hospody, které nám přímo konkurují.

Pivovary rozdělíme na velké pivovary a minipivovary. Velké pivovary jsou na Ostravsku Radegast a Ostravar, patřící nadnárodním koncernům. Tyto pivovary mají velmi podobnou strukturu nabízených piv. U obou nalezneme piva světlá výčepní a světlé ležáky plzeňského typu. Sezónně pak vaří různá speciální piva.

Jelikož jsou tyto velké pivovary po desetiletí zavedené, nebude lehké přesvědčit konzumenty, aby pili právě naše pivo. Pro konzumenty je důležitá cena piva versus jeho kvalita. Co se ceny týče, bude velmi těžké konkurovat velkým pivovarům, jelikož ty díky jejich úsporám z rozsahu, cenové politice a dalším nástrojům stlačují cenu na úroveň, které my nemůžeme dosáhnout. Naše pivo tedy bude mírně dražší. Proto bude velmi důležitá kvalita piva, kterou budeme kompenzovat vyšší cenou.

Nyní se budeme věnovat minipivovarům v Ostravě. Působí zde dva. Zámecký pivovar v Ostravě - Zábřehu je mimo území naší působnosti, nepředstavuje tak pro nás velkou konkurenci. Druhý z minipivovarů působí na Přívozké ulici v centru Ostravy. Jde o minipivovar Qásek. Nabídka je velmi podobná tomu, co zamýšlíme vařit i my. Důležitou věcí, která nás bude odlišovat je náš interiér a celkový způsob prodeje. Pivo se čepuje v nepříliš přívětivé pivnici nižší kategorie, u které nelze říct, že by oplývala čistotou.

Jelikož je naše provozovna situována do centra Ostravy, musíme počítat s konkurencí v podobě restaurací a pivnic. V centru je koncentrace takovýchto podniků velmi vysoká, proto je nutné se odlišit. Odlišovat se budeme netradičně pojatým interiérem, ve kterém bude spojen pivovar s restaurací. Samozřejmostí bude všudypřítomná čistota.

3.7. Popis produktů

V prvé řadě se zaměříme na nabídku produktů z minipivovaru. Největším lákadlem a nejvíce vařeným pivem bude tradiční světlý ležák plzeňského typu. Jedná se o nejčastěji konzumované pivo v naší republice, proto v našem sortimentu nemůže chybět. Tomuto ležáku bude sekundovat podobné pivo a to tmavý ležák. I tento nápoj je oblíbený na českém trhu, leč objem jeho konzumace není zdaleka tak vysoká. K těmto dvěma stálícím budeme přidávat piva speciální. Bude se jednat o sezonní piva, v oblibě bývají svatojánská, velikonoční, vánoční a podobně. Kromě sezonních piv budou nabídku doplňovat piva, která nejsou v našem regionu příliš známá a rozšířená. Piva, která se stanou oblíbená, budeme vařit opakovaně.

Kromě piva bude pivovar nabízet bezplatné prohlídky pro malé skupiny osob. Provádějící osoba seznámí zákazníky s principy výroby piva, jeho skladováním a v neposlední řadě se správným čepováním piva. Součástí bude degustace vzorků z našeho pivovaru.

Nyní se přesuneme do provozu restaurace, zejména kuchyně. Jak jsme již zmínili v úvodu, budeme se zaměřovat na tradiční českou a regionální kuchyni. Stálou nabídku budou tvořit oblíbená česká jídla, ke kterým budou zařazeny pokrmy pozapomenuté a nepříliš často nabízené. V období oběda budou nabízena populární zvýhodněná obědová menu.

3.8. Cenová politika

Pro výrobu budeme používat tradiční suroviny vyšší kvality. Chceme se vyvarovat používání náhražek v podobě chemicky upravených, levnějších surovin. Z tohoto důvodu a z důvodu nízkého objemu vyráběného piva bude výsledná cena vyšší než cena z velkých pivovarů. Není proto možné cenu odvíjet od ceny této konkurence.

Nemůžeme ani vycházet z cen u konkurenčního minipivovaru Qásek, jelikož ten zastává politiku pivnice nižší cenové kategorie. Cenu našeho piva budeme odvíjet podle nákladů na výrobu a provoz. Dostaneme se tak na cenu vyšší než konkurence. Jelikož se však profilujeme jako pivovar s prémiovou kvalitou piva, předpokládáme, že vyšší cena zákazníky neodradí.

Co se týče ostatních cen v restauraci, tam budeme v převážné většině vycházet z průměrných cen konkurence, kdy se budeme snažit dosáhnout ceny jen mírně vyšší nebo spíše stejné, jako bude tento průměr.

3.9. Zákazníci

Mimo konkurenci v podobě okolních podniků, je potřeba zjistit, kdo budou pravděpodobně naši zákazníci. Na základě toho musíme určit jejich preference přizpůsobit se jim.

Našimi zákazníky budou lidé, kteří se vyskytují v blízkém okolí naší provozovny, tedy v centru Ostravy. Budou to lidé v této oblasti bydlící, pracující, studenti. Půjde o takové lidi, kteří dají přednost kvalitnímu jídlu, pití, přívětivé provozovně a v neposlední řadě příjemnému personálu, před cenou nabízených pokrmů v restauracích a jiných provozovnách nižší cenové kategorie.

Kromě této kategorie zákazníků budou nemalou část tvořit lidé, kteří se v centru Ostravy nevyskytují pravidelně. Tito zákazníci mohou být z celého Moravskoslezského kraje i jeho blízkého okolí. Motivací, proč navštívit náš podnik, bude u těchto zákazníků zejména kvalitní a netradiční pivo.

3.10. Reklama a komunikace se zákazníky

Pro prezentaci restaurace a pivovaru budou vytvořeny webové stránky. Webové stránky vytvoří jednatel společnosti, mající v této oblasti zkušenosti. Obsahem webové prezentace bude představení naší společnosti a činnosti, jimiž se zabývá, dále fotogalerie provozovny nabízený sortiment pív, ostatních nápojů a jídel. Bude zde uveden kontakt na provozovnu, na kterém bude možno zajišťovat rezervace v restauraci i na prohlídku minipivovaru.

Součástí prezentace bude jednotné logo, které se bude vyskytovat na každé vhodné ploše. Logo bude zpracováno grafikem. Co se týče parametrů loga, mělo by být jednoduché, snadno rozpoznatelné a nezaměnitelné.

Ve fázi, kdy se budeme snažit proniknout na trh, budou najati brigádníci na roznos letáků. Prostřednictvím letáků se budeme snažit zaujmout širokou veřejnost a přilákat je k návštěvě v našem podniku.

3.11. Personální zajištění a pracovní doba

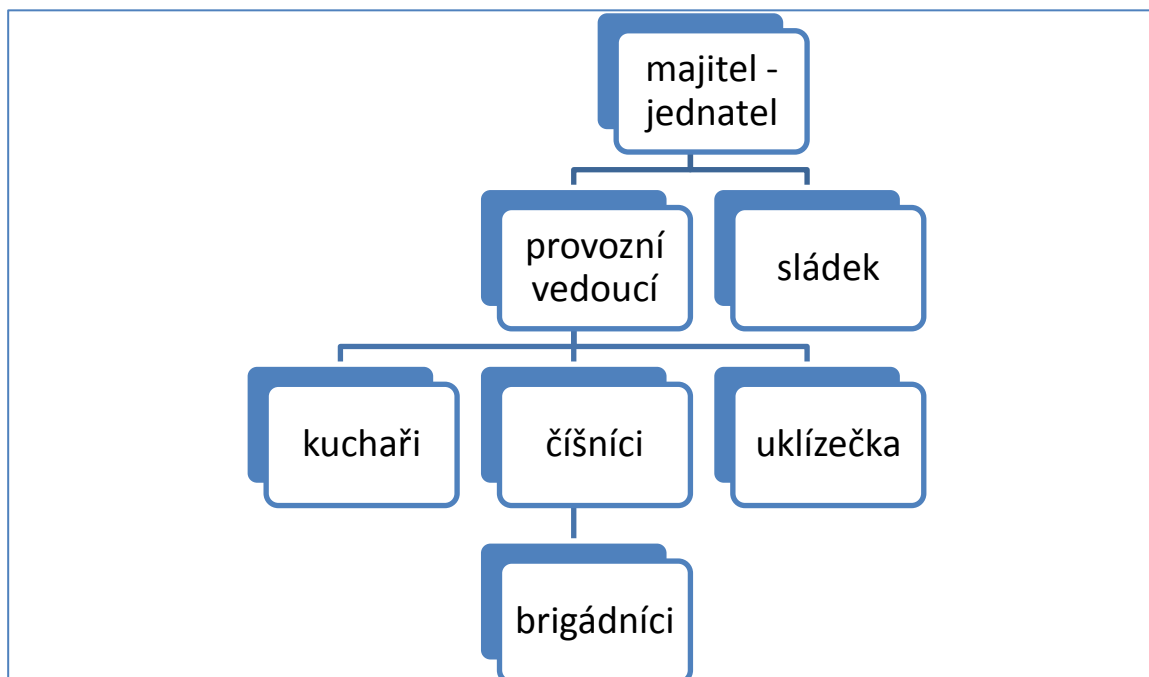
Provoz pivovaru bude řídit sládek. Spolu s majitelem budou vymýšlet nabídku piv a upravovat chuťové vlastnosti. Požadavky na pozici sládka budou následující: minimálně pětiletá praxe ve vaření piva, vzdělání v pivovarnickém nebo podobném potravinářském oboru. Toto požadujeme, jelikož potřebujeme odpovědnou osobu pro výkon živnosti "Pivovarnictví a sladovnictví." Kromě hlavní aktivity, což je vaření piva, bude sládek organizovat prohlídky pivovaru (viz. výše). Prohlídky bude plánovat tak, aby stíhal všechny povinnosti týkající se jeho hlavní činnosti.

Restauraci a pivnici bude řídit provozní vedoucí, který bude splňovat požadavky pro výkon řemeslné živnosti "Hostinská činnost" a bude učiněn odpovědným zástupcem pro tuto živnost. Provoz restaurace bude rozdělen na dvě směny. Tyto směny se budou v týdenních intervalech střídat, takzvaný dlouhý a krátký týden. Jeden týden bude směna A pracovat 3 dny, směna B 4 dny a následující týden se vystřídají.

V každé směně restaurace budou zaměstnání dva kuchaři a dva číšníci. Požadavky na pozice v provozu restaurace budou výuční list v oboru kuchař, číšník a podobné nebo alespoň roční praxe v dané činnosti. Při zvýšené návštěvnosti (zejména v letních měsících) budou najati brigádníci v takovém počtu, aby byl zajištěn bezproblémový chod podniku.

Na úklid bude najata uklízečka na částečný pracovní úvazek.

Pro lepší představu uvádíme v obrázku č. 1 grafickou podobu výše popsané hierarchie pracovních pozic v naší společnosti.



Obrázek 1: Hierarchie pracovních pozic (zdroj: Vlastní zpracování)

Odměňování bude probíhat formou mzdy, jejíž výše bude určena v pracovní smlouvě. Ze mzdy budou hrazeny zákonné platby na sociální a zdravotní pojištění a dále také záloha na daň z příjmu. Kromě stálé mzdy mohou být vypláceny prémie. Bude se jednat o určité procento ze zisku. Rozhodnutí o vyplácení těchto prémie bude provádět jednatel.

3.12. SWOT analýza

Silné stránky

- Kvalita vařeného piva,
- Netradiční atmosféra interiéru restaurace a pivnice,
- Umístění v centru města,
- Webová prezentace s rezervačním systémem,

Slabé stránky

- Vyšší cena piva,
- Malé zkušenosti s vařením piva,
- Vyšší počáteční náklady,
- Budova provozovny v pronájmu - závislost na pronajímateli,

Příležitosti

- Nízká nabídka piv z malých pivovarů v Ostravě,
- Možnost expanze v jiných městech s nízkou nabídkou minipivovarů,
- Rostoucí obliba piv z minipivovarů,

Hrozby

- Cenová politika velkých pivovarů - velké pivovary mohou volit strategii nízkých cen. Dovolují jim to úspory z rozsahu jejich produkce. Této hrozbě musíme čelit pomocí kvality našich služeb.
- Nízká poptávka (nezájem) konzumentů o piva z minipivovarů v regionu - Pivo obecně je v České republice velmi oblíbené. Jak na tom s oblíbeností bude v relativně konzervativním moravskoslezském regionu pivo z minipivovarů je otázka. V celé České republice je patrná zvyšující se poptávka po takových to pivech, proto předpokládáme, že nezájem o piva z minipivovarů nebude největší hrozbou.
- Nástup nové konkurence v oblasti minipivovarů - Obdobně jako v našem případě mohou jiné subjekty využít příležitosti, jaké nabízí trh v Ostravě a začít podnikat ve stejném oboru. To by zřejmě znamenalo částečný odliv zákazníků. Zamezit této hrozbě zřejmě nebude stoprocentně možné, bude však možné ji omezit. Tohoto

omezení budeme dosahovat kvalitou našich služeb, pomocí které vytvoříme skupinu stálých zákazníků vracejících se do našeho podniku pravidelně.

Bude velmi důležité zaměřit se na silné stránky a příležitosti. Z výše uvedeného výčtu je patrné, že jsou hlavním hybatelem pro odlišení našeho podniku od konkurence. Je třeba se na tyto stránky zaměřit, co možná nejvíce je posilovat, abychom před konkurencí popsanou výše obstáli a abychom dokázali přilákat a hlavně udržet dostatek spokojených zákazníků.

Nemenší pozornost musíme vynaložit při analýze slabých stránek a ohrožení. Nerespektování, či přehlížení těchto stránek může vést k dílčím neúspěchům a v horším případě i ke krachu podniku, čemuž se pochopitelně musíme snažit vyhnout.

3.13. Finanční plán

Finanční plán představuje nejdůležitější část podnikatelského plánu. V následujících odstavcích budeme kalkulovat náklady, výnosy, peněžní toky, majetkovou a kapitálovou strukturu našeho fiktivního podniku.

3.13.1. Kalkulace nákladů

Kalkulace nákladů představuje souhrn všech finančních prostředků vložených do podnikání jak na počátku, tak v průběhu podnikání. Nejprve si představíme souhrnnou tabulku kalkulace předpokládaných nákladů našeho podniku (tabulka č. 1) a poté si jednotlivé položky blíže rozebereme.

| Přehled nákladů | |
|--|---------------------|
| Jednorázové výdaje na počátku podnikání | 1 720 000 Kč |
| Provozní náklady (roční) | 1 344 000 Kč |
| | 1 908 000 Kč |
| Mzdové náklady | |
| | 2 880 000 Kč |
| Nákup zásob | |
| Celkem roční náklady | 6 222 000 Kč |

Tabulka č. 1: Přehled celkových výdajů (Zdroj: Vlastní zpracování)

První položkou v tabulce č. 1 jsou jednorázové výdaje na začátku podnikání. Tyto výdaje nejsou zahrnuty do kalkulace ročních nákladů. Rozpis jednorázových výdajů si nyní přiblížíme v následující tabulce č. 2.

| Jednorázové výdaje na počátku podnikání | |
|--|---------------------|
| Vybavení interiéru a restaurace | 520 000 Kč |
| Nákup a instalace vybavení pro pivovar | 1 200 000 Kč |
| Celkem | 1 720 000 Kč |

Tabulka č. 2: Jednorázové výdaje na počátku podnikání (Zdroj: Vlastní zpracování)

Jednorázovými výdaji na počátku podnikání rozumíme vynaložení peněžních prostředků na začátku podnikání. Jsou to výdaje a investice, které musíme uskutečnit, abychom mohli vůbec začít podnikat v naší zamýšlené sféře. Největší položkou je nákup vybavení pro pivovar. Popis vybavení nalezneme v příloze 10. Pro zajištění této investice budeme žádat o dlouhodobý úvěr ve výši 1200000 Kč (předpokládaná hodnota investice). Délku splácení úvěru plánujeme na 84 měsíců při úrokové sazbě 7%.

Peněžní prostředky pro zajištění ostatních jednorázových výdajů uvedených v tabulce č. 2 budou hrazeny z bankovního účtu společnosti. Tyto výdaje také zahrnují jednorázové výdaje na reklamu. Další důležitou položkou jsou výdaje na pořízení vybavení pro restauraci a pivnici, jejichž rozpis nalezneme v následující tabulce č. 3.

| Výdaje na vybavení interiéru | |
|-------------------------------------|-------------------|
| Zednické práce | 20 000 Kč |
| Malování | 20 000 Kč |
| Dekorace | 50 000 Kč |
| Nábytek | 200 000 Kč |
| Svítidla | 20 000 Kč |
| Barový nábytek | 100 000 Kč |
| Výčepní zařízení | 80 000 Kč |
| Nádobí | 30 000 Kč |
| Celkem | 520 000 Kč |

Tabulka č. 3: Výdaje na vybavení interiéru (Zdroj: Vlastní zpracování)

Pro začátek fungování restaurace budou nezbytné drobné zednické práce spočívající v opravě omítek a demolici dvou příček, aby byl zajištěn průhled do místnosti pivovaru. Po těchto pracích bude následovat výmalba prostor a poté už instalace nábytku a dalšího vybavení. V neposlední řadě do těchto výdajů zahrnujeme vybavení baru sklenicemi a potřebným nádobím.

| Provozní náklady | Měsíční | Roční |
|-------------------------|-------------------|---------------------|
| Nájemné | 70 000 Kč | 840 000 Kč |
| Energie | 20 000 Kč | 240 000 Kč |
| Internet | 500 Kč | 6 000 Kč |
| Čistící prostředky | 2 000 Kč | 24 000 Kč |
| Odpisy | 14 600 Kč | 176 000 Kč |
| Reklama | 5 000 Kč | 60 000 Kč |
| Celkem | 112 000 Kč | 1 344 000 Kč |

Tabulka č. 4: Provozní náklady (Zdroj: Vlastní zpracování)

Do provozních nákladů zahrnujeme všechny náklady spojené s fungováním restaurace, pivnice a pivovaru. Také zde zahrnujeme stálé měsíční platby, jako jsou nájemné a splátka úvěru. Součástí provozních nákladů jsou také odpisy. Do odpisovaného majetku naší společnosti řadíme Zařízení pivovaru, výčepní zařízení a nábytek jako samostatný soubor movitých věcí. Jelikož se jedná o fiktivní firmu, náklady na jednotlivé položky byly stanoveny odhadem.

| Mzdové náklady | | | |
|-----------------------|-------------------|---------------------------|-------------------------|
| Pozice | Počet zam. | Měsíční hrubá mzda | Roční hrubá mzda |
| Kuchaři | 4 | 68 000 Kč | 816 000 Kč |
| Číšníci | 4 | 56 000 Kč | 672 000 Kč |
| Sládek | 1 | 25 000 Kč | 300 000 Kč |
| Uklízečka | 1 | 6 000 Kč | 72 000 Kč |
| Celkem | 12 | 159 000 Kč | 1 908 000 Kč |

Tabulka č. 5: Mzdové náklady (Zdroj: Vlastní zpracování)

V tabulce č. 5 je uveden přehled nákladů na mzdy pro jednotlivé pracovní pozice. Nižší ocenění u uklízečky je způsobeno tím, že její pracovní úvazek bude zkrácen, bude pracovat maximálně 4 hodiny denně. Ve výši mezd jsou zahrnuty i povinné odvody na sociální a zdravotní pojištění.

| Zásoby - Suroviny, zboží | Měsíční | Roční |
|---------------------------------|-------------------|---------------------|
| Pivovar | 60 000 Kč | 720 000 Kč |
| Restaurace | 180 000 Kč | 2 160 000 Kč |
| Celkem | 240 000 Kč | 2 880 000 Kč |

Tabulka č. 6: Kalkulace zásob (Zdroj: Vlastní zpracování)

Největší položku v celkovém přehledu v tabulce č. 1 představuje kalkulace zásob. Jak můžeme pozorovat v tabulce č. 6, zásoby byly rozděleny mezi provoz pivovaru a restaurace.

Nejprve si přiblížíme výši zásob pro pivovar. Pro kalkulaci těchto nákladů jsme použili běžně dostupných ceníků na e-shopech firem zabývajících se těmito produkty. Po započtení cen všech potřebných surovin a přepočtení na jednu výrobní dávku (300 litrů) jsme dospěli k ceně 2000 Kč na výrobní dávku. Při respektování plánu vyrobit každý den jednu dávku (viz. výše), dospějeme k roční kumulované částce uvedené v tabulce č. 6.

Předpokládáme, že denně budeme vařit průměrně 60 jídel. Pokud vyjdeme z tohoto předpokladu a připočteme zásoby nutné pro ostatní provoz (káva, alkohol...), dojdeme k částce 6000 Kč denně. Celkovou roční sumu opět najdeme v tabulce č. 6.

3.13.2. Kalkulace příjmů

Příjmy podniku⁸ budou přímo závislé na počtu zákazníků, kteří průměrně náš podnik navštíví a na výši jejich průměrné útraty. V době zavádění podniku bude návštěvnost nižší, očekáváme kolem 80 lidí denně. Po zavedení bude následovat stabilizace, kdy by měla průměrná návštěvnost dosahovat hodnot 120-140 lidí denně. Tyto hodnoty jsou vzhledem k umístění našeho podniku a jeho zaměření na českou kuchyni a kvalitní domácí pivo bez větších problémů dosažitelné. Průměrná útrata zákazníků byla stanovena na 160 Kč. Tato cena byla stanovena na základě jídelního lístku a s ohledem na předpokládanou strukturu položek, které budou nejčastěji podávány. V době oběda bude průměrná útrata převyšovat 150 Kč, v pozdějších hodinách, kdy bude převažovat poptávka po pivu oproti jídlu, bude průměrná útrata nižší, než celkový průměr.

| Kalkulace tržeb | | | |
|-----------------|-------------|---------------|---------------|
| Návštěvnost | Denní tržby | Měsíční tržby | Roční tržby |
| 60 | 9 600 Kč | 288 000 Kč | 3 456 000 Kč |
| 70 | 11 200 Kč | 336 000 Kč | 4 032 000 Kč |
| 80 | 12 800 Kč | 384 000 Kč | 4 608 000 Kč |
| 90 | 14 400 Kč | 432 000 Kč | 5 184 000 Kč |
| 100 | 16 000 Kč | 480 000 Kč | 5 760 000 Kč |
| 110 | 17 600 Kč | 528 000 Kč | 6 336 000 Kč |
| 120 | 19 200 Kč | 576 000 Kč | 6 912 000 Kč |
| 130 | 20 800 Kč | 624 000 Kč | 7 488 000 Kč |
| 140 | 22 400 Kč | 672 000 Kč | 8 064 000 Kč |
| 150 | 24 000 Kč | 720 000 Kč | 8 640 000 Kč |
| 160 | 25 600 Kč | 768 000 Kč | 9 216 000 Kč |
| 170 | 27 200 Kč | 816 000 Kč | 9 792 000 Kč |
| 180 | 28 800 Kč | 864 000 Kč | 10 368 000 Kč |

Tabulka č. 7: Kalkulace tržeb (Zdroj: Vlastní zpracování)

V tabulce č. 7 můžeme pozorovat, že při očekávané návštěvnosti v době zavádění budou tržby 4 608 000 Kč. Taková výše by způsobila, že by se podnik dostal do ztráty. Jelikož však předpokládáme stabilní denní návštěvnost po zavedení podniku cca 130 lidí, roční tržby budou 7 488 000 Kč, čímž tržby překonají náklady a hospodářský výsledek tak bude v kladných hodnotách.

⁸ Příjmy podniku se v našem případě rovnají výnosům, jelikož platba za služby bude probíhat okamžitě.

3.13.3. Počáteční rozvaha

| Počáteční rozvaha | | | |
|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| Aktiva | | Pasiva | |
| DM | | ZK | 700 000 Kč |
| Zařízení pivovaru | 1 200 000 Kč | Bankovní úvěr | 1 200 000 Kč |
| OA | | | |
| Bankovní účet | 700 000 Kč | | |
| Aktiva celkem | 1 900 000 Kč | Pasiva celkem | 1 900 000 Kč |

Tabulka č. 8: Počáteční rozvaha (Zdroj: Vlastní zpracování)

Počáteční rozvaha (tabulka č. 8) ukazuje přehled majetkové a kapitálové struktury na počátku provozu restaurace a pivovaru.

| Výkaz zisků a ztrát | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| Náklady | | Výnosy | |
| Mzdové náklady | 1 908 000 Kč | Tržby za prodej zboží | 6 228 000 Kč |
| Provozní náklady | 1 344 000 Kč | | |
| Náklady na prodané zb. | 2 880 000 Kč | | |
| Náklady na ext. služby ⁹ | 40 000 Kč | | |
| Úroky | 84 000 Kč | | |
| Ostatní náklady ¹⁰ | 80 000 Kč | | |
| Náklady celkem | 6 336 000 Kč | Výnosy celkem | 6 228 000 Kč |
| Hospodářský výsledek | - 108 000 Kč | | |

Tabulka č. 9: Výkaz zisků a ztrát (Zdroj: Vlastní zpracování)

Pomocí výkazu zisků a ztrát (tabulka č. 9) poměříme náklady a výnosy našeho podniku za účetní období. Zjistíme tak kladný nebo záporný hospodářský výsledek. V našem případě po započítání všech nákladů a výnosu zjistíme, že hospodářský výsledek je záporný. Znamená to, že jsme za poslední účetní období ve ztrátě 108 000 Kč. Jelikož se jedná o první období provozu našeho podniku, je tato ztráta pochopitelná, protože byly vynaloženy náklady na věci, které byly nutné právě pro rozjezd podniku a nebudou se opakovat každoročně. To, že se jedná o začínající podnik, způsobilo i další příčinu záporného hospodářského výsledku. V prvních měsících nebyla návštěvnost a tím pádem i tržby na úrovni, díky které bychom

⁹ Zde řadíme náklady na zednické práce a malování.

¹⁰ Ostatní náklady obsahují investice, které kvůli jejich výši nemůžeme zařadit do DHM - dekorace, nádobí.

dosáhli kladného hospodářského výsledku. V dalších letech už by návštěvnost měla být stabilní, pokud se nezmění jiné podmínky na trhu nebo uvnitř podniku. Tomu je potřeba předcházet (viz SWOT analýza).

3.13.4. Výkaz Cash-flow

| | Před začátkem provozu | Po prvním roce provozu |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|
| Počáteční stav PP | 700 000 Kč | 180 000 Kč |
| Příjmy z prodeje | 0 Kč | 6 228 000 Kč |
| Úvěr | 1 200 000 Kč | 0 Kč |
| Příjmy celkem | 1 200 000 Kč | 6 228 000 Kč |
| Mzdové výdaje | 0 Kč | 1 749 000 Kč |
| Výdaje na zásoby | 0 Kč | 3 120 000 Kč |
| Výdaje na zařízení | 1 720 000 Kč | 0 Kč |
| Splátka úroku | 0 Kč | 84 000 Kč |
| Splátka úvěru | 0 Kč | 172 000 Kč |
| Ostatní provozní výdaje | 0 Kč | 1 290 000 Kč |
| Výdaje celkem | 1 720 000 Kč | 6 293 000 Kč |
| Cash-flow | - 520 000 Kč | - 65 000 Kč |
| Konečný stav PP | 180 000 Kč | 115 000 Kč |

Tabulka č. 10: Výkaz cash-flow (Zdroj: Vlastní zpracování)

V tabulce č. 10 můžeme pozorovat peněžní toky našeho minipivovaru. Ve druhém sloupci vidíme toky peněžních prostředků před zahájením provozu pivovaru a restaurace. Díky investicím na rozjezd podniku a nulovým příjmům z prodeje vychází cash flow velmi záporně. Nicméně, konečný stav peněžních prostředků je stále kladný.

Ve třetím sloupci je situace odlišná. Zde se již projevují příjmy z prodeje zboží, v protikladu proti nim však také náklady s provozem spojené. Mzdové výdaje jsou zahrnuty za 11 měsíců provozu, jelikož za dvanáctý měsíc budou vyplaceny až v měsíci následujícím. Naopak kalkulovaná měsíční výše zásob je zahrnuta třináctkrát, jelikož jsou nakoupeny a zaplacené zásoby na další měsíc.

Mimo výše okomentované výdaje nalezneme ve výkazu splátku úvěru a úroku a ostatní provozní výdaje. Celkové cash flow za první rok provozu vychází opět záporné. Peněžní prostředky máme však stále v kladných hodnotách. V následujících letech očekáváme

oproti prvnímu roku provozu zvýšené příjmy při téměř stejných výdajích. Cash flow, stejně jako hospodářský výsledek, by se tak mělo dostat do kladných hodnot.

3.13.5. Konečná rozvaha

| Konečná rozvaha | | | |
|----------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|
| Aktiva | | Pasiva | |
| DM | | Základní kapitál | 700 000 Kč |
| Zařízení pivovaru | 1 200 000 Kč | Bankovní úvěr | 1 028 000 Kč |
| Výčepní zařízení | 80 000 Kč | Závazky vůči zaměstnancům | 159 000 Kč |
| Nábytek | 320 000 Kč | Hospodářský výsledek | - 108 000 Kč |
| Oprávký | - 176 000 Kč | | |
| OA | | | |
| Pokladna | 115 000 Kč | | |
| Zásoby | 240 000 Kč | | |
| Aktiva celkem | 1 779 000 Kč | Pasiva celkem | 1 779 000 Kč |

Tabulka č. 11: Konečná rozvaha (Zdroj: Vlastní zpracování)

V tabulce č. 11 nalezneme konečnou rozvahu za první rok fungování podniku. Je zde zachycen stav po hospodářských operacích v majetkové a kapitálové struktuře našeho podniku.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou zakládání malého podniku. V úvodu jsme stanovili konkrétní cíl této práce takto: **vypracovat podnikatelský plán nově vznikající společnosti a na základě něj tuto společnost (fiktivně) založit.**

Abychom cíle dosáhli, bylo potřeba nejprve stanovit teoretická východiska. Těmi se zabývala první část práce. Objasnili jsme co to vlastně jsou malé a střední podniky a uvedli jejich největší přednosti a omezení. Dále jsme teoreticky rozebrali podnikatelský plán, který jsme v další části sestavili. Představili jsme potřebné náležitosti při zakládání společností s ručením omezeným.

Po vymezení teoretických poznatků přišla na řadu aplikace do praxe. Bylo simulováno založení společnosti s ručením omezeným. Důraz byl kladen na časovou a věcnou návaznost. Při zakládání s.r.o. je nutné vyplnit či vytvořit celou řadu formulářů a jiných dokumentů. Založení s.r.o. je tedy relativně dost náročné na čas a administrativu. Velkým usnadněním se tak staly zavedené jednotné registrační formuláře či centrální registrační místa, jež jsou výsledkem snahy státu a Evropské unie právě o usnadnění začátku podnikání a administrativy celkově.

V poslední části byl prakticky sestaven podnikatelský plán fiktivní společnosti Pivovar Havíř s.r.o. Důležitými kapitolami jsou Konkurence a Finanční plán. V kapitole konkurence je zmapována situace v okolí podniku co se konkurence týče. Ve finančním plánu jsou zachyceny finanční operace provedené na začátku podnikání. Dále zde nalezneme majetkovou a kapitálovou strukturu na začátku podnikání i po ročním provozu. Zejména u podnikatelského plánu se projevila skutečnost, že zakládáme fiktivní společnost bez reálných základů.

Jelikož cílem bylo sestavit podnikatelský plán společnosti a založit s.r.o. pro tuto společnost, považuji cíl této bakalářské práce za splněný.

Použité zdroje

1. BLACKWELL, Edward. How to prepare a business plan. 5th ed. Philadelphia: Kogan Page, 2008, vi, 182 p. ISBN 978-074-9449-810.
2. DVOŘÁK, Tomáš. Osobní obchodní společnosti. Praha: ASPI, 2008, xxv, 318 s. Právnícké osoby. ISBN 978-807-3573-836.
3. FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
4. JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing, 2008. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8
5. JUREČKA, Václav. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 359 s. ISBN 978-80-247-3259-6.
6. MIKUŠOVÁ, Marie. Podnikání v praxi: praktický průvodce pro podnikatele. Vyd. 1. Ostrava: Arnet OnLine, 2004, 191 s. ISBN 80-239-3953-X.
7. SHANE, Scott. A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus. Northampton, MA, USA: E. Elgar, c2003, xiv, 327 p. ISBN 1843763826.
8. SRPOVÁ, Jitka. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
9. SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 471 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
10. ŠEBESTOVÁ, Jarmila. *Analýza faktorů ovlivňující podnikání českých firem po vstupu do EU se srovnáním trendů v regionech s vysokou mírou nezaměstnanosti*. 1. vyd. V Opavě: Slezská univerzita, 2005, 137 s. Studia oeconomica. ISBN 80-724-8328-5.
11. VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. akt. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6
12. VOJÍK, Vladimír. Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3.
13. WAGNEROVÁ, Eva a Jarmila ŠEBESTOVÁ. *Podnikání v malé a střední firmě*. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2007, 215 s. Studia oeconomica. ISBN 978-80-7248-441-6.

1. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
2. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Elektronické zdroje

DESTILA, s.r.o. Mikropivovary o kapacitě 10 000 až 180 000 litrů piva za rok [online]. [cit. 2013-02-18]. Dostupné z: <http://www.destila.cz/mikropivovary>.

Evropská iniciativa „Small Business Act“ podporuje malé podniky a posiluje růst. In: [online]. [cit. 2013-04-18]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/press/press_releases/11_218_cs.htm.

Jak napsat podnikatelský plán: aneb kudy vede cesta k úspěchu. In: [online]. [cit. 2012-11-13]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/podnikatelsky-plan-48-cz.pdf>.

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014-2020. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. [online]. [cit. 2013-04-18]. Dostupné z: <http://download.mpo.cz/get/47605/54370/599916/priloha002.pdf>.

Malým a středním podnikům v České republice dominují nejmenší firmy. In: [online]. [cit. 2013-04-18]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/malym_a_strednim_podnikum_v_cr_dominuji_nejmensi_firmy20130301.

Podnikatelské prostředí a ekonomický růst České republiky. [online]. [cit. 2013-04-18]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/CF0030D855/\\$File/1154-09-KAP7.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/CF0030D855/$File/1154-09-KAP7.pdf).

The new SME definition: user guide and model declaration. [Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005, 50 p. ISBN 92-894-7909-4.

V roce 2012 bylo vyhlášeno 16 956 osobních bankrotů, firem zbankrotovalo 3 692. In: [online]. [cit. 2013-04-18]. Dostupné z: <http://www.crif.cz/Novinky/Novinky/Pages/V-roce-2012-bylo-vyhlášeno-16-956-osobních-bankrotů,-firem-zbankrotovalo-3-692.aspx>.

WWW.VASEPIVO.CZ. Obchod s produkty pro Vaše vlastní pivo [online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z: <http://www.vasepivo.cz/>.

Použité zkratky

ČSSZ - Česká správa sociálního zabezpečení

EU - Evropská unie

FO - Fyzická osoba

MSP - Malé a střední podnikání

PO - Právnická osoba

S.r.o. - Společnost s ručením omezeným

SBA - Small business act - (Evropský akt pro malé a střední podniky)

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 - školní dílo;

- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);

- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;

- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

- Příloha 1:** Zakladatelská listina
- Příloha 2:** Čestné prohlášení jednatele
- Příloha 3:** Prohlášení správce vkladu
- Příloha 4:** Výpis z rejstříků trestů
- Příloha 5:** Nájemní smlouva
- Příloha 6:** Jednotný registrační formulář
- Příloha 7:** Prohlášení odpovědného zástupce
- Příloha 8:** Návrh na zápis do Obchodního rejstříku
- Příloha 9:** Přihláška k registraci pro právnické osoby
- Příloha 10:** Seznam vybavení pivovaru